

**PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER  
RELATIONS TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD Dr.MOEWARDI DI  
SURAKARTA**



**PUBLIKASI ILMIAH**

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I Pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh:

**TITIK KRISMIYATI**  
**L100 122 005**

**PRORAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH SURAKARTA  
2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER  
RELATIONS TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD Dr.MOEWARDI  
SURAKARTA**

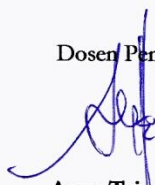
**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh:

**TITIK KRISMIYATI**  
**L100 122 005**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



**Agus Triyono, M.Si**  
**NIK.1105**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER RELATIONS  
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD Dr.MOEWARDI SURAKARTA

Oleh:  
TITIK KRISMIYATI  
L100 122 005

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Selasa, 10 Januari 2017  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan penguji

1. Agus Triyono, M.Si
2. Edy Purwo, M.Si
3. Budi Santoso, S.Sos., M.Si

(.....)  
(.....)  
(.....)

Dekan

  
Husni Tamrin, Ph.D  
NIK.706



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Januari 2017

Penulis



**TITIK KRISMIYATI**  
L100122005

## PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER RELATIONS TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD Dr.MOEWARDI SURAKARTA

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh kinerja dari *Public Relations* dan *Customer Relations* terhadap Kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan 95 sebagai sampel. Teknik analisa yang digunakan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan dari hasil uji regresi linier berganda didapat nilai konstanta sebesar 0,957 dengan nilai koefisien regresi variabel kinerja *Public Relations* sebesar 0,004 yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara kinerja *Public Relations* terhadap Kepuasan pasien. Sedangkan untuk nilai koefisien regresi variabel *Customer Relations* dihasilkan 0,000 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *Customer Relations* dengan Kepuasan pasien. Untuk hasil uji t pertama menghasilkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung} 2,967 > t_{tabel} 1,989$  untuk nilai signifikan  $t 0,004 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan variabel kinerja *Public Relations* ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Hasil uji t kedua menunjukkan  $t_{hitung} 6,853 > t_{tabel} 1,989$  dengan nilai signifikan  $t 0,000 < 0,05$  sehingga keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka variabel *Customer Relations* ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} 75,883 > F_{tabel} 3,15$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak jadi kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pasien. Namun sebanyak 37,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

**Kata Kunci :** Customer Relations, Kepuasan Pasien, Kinerja Public Relations, Rumah Sakit

### Abstract

*Purposive in the study was to find to effect of the performance of Public Relations and Customer Relations on Patient satisfaction The Hospital Dr.Moewardi Surakarta. This research uses quantitative researc. To collect data the researchers distributed questionnaires with a sample of 95. Analyss technique uses by multiple linear regression analisys technique. Based on the test result obtained multiple linear regression constant value of 0.957 with a regressions coefficient of performance of 0.004 Public Relations witch states that there is a sinigificant and positive relationship between the performance of Public Relations to the satisfaction of the customer. While the regression coefficient for the variable generated 0.000 CustomerRelations which states that there is a positive and significant relationship between the Customer Relationship with Patient Satisfaction. For the first-t test produced t arithmetic> ttable with tcount*

## PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER RELATIONS TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD Dr.MOEWARDI DI SURAKARTA

### ORIGINALITY REPORT

%9	%9	%1	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	%2
2	<a href="http://eprints.uns.ac.id">eprints.uns.ac.id</a> Internet Source	%2
3	<a href="http://etd.eprints.ums.ac.id">etd.eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	%2
4	<a href="http://publikasiilmiah.ums.ac.id">publikasiilmiah.ums.ac.id</a> Internet Source	%1
5	<a href="http://ar.mian.labtestsonline.org">ar.mian.labtestsonline.org</a> Internet Source	%1
6	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	%1
7	<a href="http://marcomm.binus.ac.id">marcomm.binus.ac.id</a> Internet Source	%1

# **PENGARUH KINERJA PUBLIC RELATIONS DAN CUSTOMER RELATIONS TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD Dr.MOEWARDI DI SURAKARTA**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh kinerja dari *Public Relations* dan *Customer Relations* terhadap Kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan 95 sebagai sampel. Teknik analisa yang digunakan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan dari hasil uji regresi linear berganda didapat nilai konstanta sebesar 0,957 dengan nilai koefisien regresi variabel kinerja *Public Relations* sebesar 0,004 yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara kinerja *Public Relations* terhadap Kepuasan pasien. Sedangkan untuk nilai koefisien regresi variabel *Customer Relations* dihasilkan 0,000 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *Customer Relations* dengan Kepuasan pasien. Untuk hasil uji t pertama menghasilkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung}$  2,967 >  $t_{tabel}$  1,989 untuk nilai signifikan  $t$   $0,004 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan variabel kinerja *Public Relations* ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Hasil uji t kedua menunjukkan  $t_{hitung}$  6,853 >  $t_{tabel}$  1,989 dengan nilai signifikan  $t$   $0,000 < 0,05$  sehingga keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka variabel *Customer Relations* ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung}$  75,883 >  $F_{tabel}$  3,15. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak jadi kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pasien. Namun sebanyak 37,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

**Kata Kunci :** Customer Relations, Kepuasan Pasien, Kinerja Public Relations, Rumah Sakit

## **Abstract**

*Purposive in the study was to find to effect of the performance of Public Relations and Customer Relations on Patient satisfaction The Hospital Dr.Moewardi Surakarta. This research uses quantitative researc. To collect data the researchers distributed questionnaires with a sample of 95 Analyss technique uses by multiple linear regression analisys teqnique. Based on the test result obtained multiple linear regression constant value of 0.957 with a regressions coefficient of performance of 0.004 Public Relations witch states that there is a sinigficant and positive relationship between the performance of Public Relations to the satisfaction of the customer. While the regression coefficient for the variable generated 0.000 CustomerRelations which states that there is a positive and significant relationship between the Customer Relationship with Patient Satisfaction. For the first-t test produced t arithmetic> ttable with tcount 2.967>1.989 t table for significant value t 0.004<0.05 and then H0 rejected and Ha be accepted. performance Public Relations significant impact on the patient satisfaction te Hospital Dr.Moewardi Surakarta. T test result showed both t arithamtic6.853 > ttable 1.989 to 0.000 t significant value <0.05 so the decision H0 rejected and Ha is accepted then the*

*variable Customer Relations significant influence on patient satisfactions the Hospital Dr.Moewardi Surakarta. T test result showed  $F_{hitung} 75.883 > F_{table} 3.15$ . This is show that  $H_0$  is rejected so the performance of Public Relations and Customer Relations together is such a manner both affect Customer Satisfaction. But as many as 37.7% are influenced by variable onside the research.*

**Keywords :** *Customer Relations, Hospital, Patient Satisfactions, Performance Public Relation.*

## **1. PENDAHULUAN**

Dalam satu dekade terakhir ini pertumbuhan perusahaan di Indonesia begitu pesat, sehingga persaingan menjadi semakin lebih ketat. Hal ini juga terjadi di wilayah perkotaan, tidak terkecuali kota Surakarta. Dua sektor utama yang sedang berkembang yaitu Hotel dan Rumah Sakit. Akan tetapi dalam perkembangan Rumah Sakit, orang yang dihadapi merupakan orang-orang yang sedang beremosi labil karena sedang mengalami sakit, termasuk keluarga dari pasien tersebut. Sehingga pelayanan pada Rumah Sakit jauh lebih kompleks daripada pelayanan di hotel (Supriyanto & Ernawati, 2010). Dengan demikian Rumah Sakit dituntut untuk terus-menerus dalam menjaga kualitas pelayanan yang lebih maksimal (Handani, 2014).

Namun dalam menjaga kualitas pelayanan, tak sedikit masih ada kasus yang menimpa pada Rumah Sakit, baik itu pengaduan oleh pasien, keluhan dari para pasien tentang pelayanan dan masih banyak lagi. Rumah Sakit merupakan salah satu lembaga kesehatan yang paling sering mendapatkan pengaduan masalah pelayanan kesehatan oleh pelanggan atau pasien (Handani, 2014). Keluhan-keluhan dari para pelanggan atau pasien biasanya diakibatkan oleh kelalaian dari petugas itu sendiri, seperti kurangnya rasa perhatian maupun seigapan para petugas dalam menangani (Marhaeni, 2010). Sehingga secara tidak langsung akan merubah persepsi pasien tentang Rumah Sakit tersebut.

Untuk memenuhi pelayanan yang baik dan luas kepada seluruh masyarakat maka kinerja yang baik dari sumber daya manusia didalam Rumah Sakit merupakan salah satu hal terpenting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat (Handani, 2014). Kinerja adalah suatu upaya dalam pencapaian prestasi kerja yang lebih baik (Uno & Lamatenggo, 2012).

Pada hakikatnya manusia sangat jeli dalam memilih pelayanan jasa maupun produk dengan pelayanan yang lebih baik, memuaskan, serta berkualitas (Tanushri & Aibas, 2015). Jadi

hubungan yang baik antara masyarakat dengan suatu organisasi ataupun perusahaan perlu diupayakan agar perusahaan tersebut mendapat kepercayaan dan simpati dari masyarakat secara terus-menerus serta bisa saling menguntungkan. Pembinaan hubungan ini merupakan salah satu usaha dari *Public Relations* (Putranto, 2003).

Dalam sebuah lembaga organisasi yang bergerak dalam bidang jasa maupun produk, *Public Relations* merupakan sumber daya manusia yang utama dalam membangun sebuah hubungan, baik *internal* maupun *eksternal* didalam sebuah organisasi. Untuk menjaga hubungan antara *Public Relations* dengan masyarakat atau pasien adalah dengan mempertahankan hubungan tersebut. Agar efektif dan bertahan hubungan harus saling menguntungkan antara organisasi dan publicnya untuk mencapai kepentingan bersama, dalam mengelola hubungan yang baik dengan saling memahami apa yang harus dilakukan dalam rangka memulai, mengembangkan dan mempertahankan hubungan (James & Lavanya, 2013)

Upaya untuk mempertahankan hubungan dengan pasien, maka tugas *Public Relations* dalam menjaga hubungan eksternal sangat diperlukan. Salah satunya adalah menjaga hubungan dengan pelanggan atau pasien (*Customer Relations*). Salah satu tugas *Customer Relations* menurut ( Moore dalam Ardianto, 2011) adalah menentukan apakah para pelanggan membicarakan, memikirkan tindakan, kebijaksanaan, serta pelayanan dari perusahaan atau produk. Dalam instansi Rumah Sakit, pelayanan kepada pasien terdiri dari pelayanan pembayaran, pelayanan pemberian obat, pelayanan pemberian perawatan, pelayanan dari para dokter dan perawatan serta pelayanan lainnya.

Menciptakan hubungan dengan pasien (*Customer Relations*) sangat penting dan merupakan tugas wajib bagi semua jajaran karyawan Rumah Sakit. Hal itu dikarenakan terjadi kecenderungan bahwa perawat, Dokter serta petugas lainnya di Rumah Sakit terkesan arogan, dingin, kaku bahkan menjauhkan diri (Cutlip dalam Marhaeni, 2010). Sehingga menciptakan hubungan yang baik dengan pasien dengan melaksanakan pelayanan yang maxsimal akan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Kepuasan menurut Eboli dan Mazulla dalam (Moezzi, Nawaser, Shakhshian, & Khani, 2012) adalah hasil persepsi pelanggan tentang kualitas jasa atau produk. Jika persepsi pelanggan tidak merasa puas dengan kualitas jasa atau produk yang diharapkan maka akan mempengaruhi



perilaku, pikiran serta tindakan tentang kualitas jasa dan produk. Sedangkan menurut Grembergern dan Amelinckx dalam (Moezzi et al., 2012) kepuasan pelanggan atau pasien merupakan suatu perasaan yang dihasilkan dari membandingkan produk yang telah pasien terima dan sesuai dengan harapan pada produk yang diterima. Banyak organisasi maupun instansi yang lebih berfokus kepada pelanggan atau pasien jika pada Rumah Sakit, karena pikiran para pasien biasanya mudah berubah jika mendapat tawaran pelayanan yang lebih baik.

Kualitas pelayanan yang maksimal dalam instansi Rumah Sakit sangat penting dan diperlukan. seperti kinerja dari *Public Relations* dan *Customer Relations*. Kinerja dan pelayanan yang baik dari sumber daya manusia pada Rumah Sakit dapat dikatakan sukses jika kepuasan pasien bisa terjadi karena pasien adalah salahsatu aset penting yang turut serta berperan dalam upaya pencapaian keberhasilan Rumah Sakit. Sedangkan kepuasan pasien menjadi dasar penentu sukses tau tidaknya suatu Rumah Sakit.

Jika pasien merasa puas dengan kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* maka akan terbentuknya sebuah kepuasan pasien. Kepuasan dari pasien akan mendorong pasien datang kembali untuk berobat maupun berkepentingan kepada Rumah Sakit tersebut. Begitupun sebaliknya pasien yang tidak terpuaskan akan meninggalkan dan bahkan tidak akan merekomendasikan kepada yang lain. Serta pasien hanyalah seseorang yang menerima hasil dari kinerja dan pelayanan dari suatu organisasi maupun instansi, maka hanya merekalah yang bisa mengetahui, merasakan dan menentukan. Sehingga melakukan sebuah survey kepada pasien sangat diperlukan untuk mengetahui apakah kinerja dari *Public Relations* dan *Customer Relations* sudah membentuk kepuasan pasien ataukah belum.

Rumah Sakit Dr.Moewardi Surakarta merupakan Rumah Sakit negeri kelas A dan ditetapkan oleh pemerintah sebagai rujukan tertinggi dan menjadi Rumah Sakit pusat dikota Surakarta ([Rumah-sakit.findthebest.co.id/](http://Rumah-sakit.findthebest.co.id/), n.d.).Selain itu Rumah Sakit Dr.Moewardi Surakarta merupakan satu-satunya lembaga kesehatan pemerintah yang diharuskan memberikan pelayanan kesehatan dengan jumlah yang sangat besar dan merupakan representasi pelayanan kesehatan oleh pemerintah dengan asumsi pelayanan yang paling bagus (Nurani & Wiyadi, 2012). Sehingga Rumah Sakit Dr.Moewardi Surakarta menyadari akan pentingnya dari kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* dalam membentuk kepuasan pasien.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dapat disimpulkan dengan rumusan masalah yaitu “adakah pengaruh kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* terhadap kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan persepsi dari para pasien tentang pengaruh kinerja *Public Relations*, pengaruh pelayanan *Customer Relations*, kepuasan pasien, dan evaluasi program Rumah Sakit Dr.Moewardi Surakarta. Serta penelitian ini bermanfaat sebagai pengembangan pengetahuan dalam bidang komunikasi terutama bagaimana cara berkomunikasi lebih baik dengan pihak eksternal relations seperti dengan pasien atau pelanggannya, kepada pihak Rumah Sakit dapat menjadi evaluasi tentang kinerja *Public Relations* dalam mengembangkan *Customer Relations* dalam mencapai kepuasan pasien serta dapat mencapai citra yang positif.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Public Relations Rumah Sakit**

Public Relations yang professional adalah mampu mengidentifikasi, bernegosiasi, membagi serta membangun sebuah hubungan antara masyarakat dengan organisasi (Rittenhofer & Valentini, 2014). Sedangkan fungsi *Public Relations* adalah membangun hubungan yang prefektif bukan hanya membangun reputasi, namun dari sebuah hubungan yang baiklah reputasi akan menjadi baik (Quinn & Allan, 2010). Meningkatkan kinerja yang baik dari *Public Relations* secara terus menerus menjadi salah satu kegiatan yang penting bagi Rumah Sakit. Peningkatan ini didorong untuk meningkatkan persaingan dalam dunia kesehatan dimana masyarakat sekarang lebih selektif (Tanushri & Aibas, 2015).

*Public Relations* dalam sebuah organisasi perlu menanamkan dan memberikan pengertian serta pemahaman mengenai aktifitas kerja dan pelayanan yang telah disediakan melalui komunikasi dengan pasiennya. Dengan pemberian pemahaman tentang segala aktivitas organisasi diharapkan mampu membentuk dan membangun reputasi yang baik bagi organisasi tersebut serta pelanggan merasa terpenuhi dan merasa puas (James & Lavanya, 2013). Jadi kinerja dari seorang *Public Relations* sangat penting dan diperlukan.

Sedangkan kinerja *Public Relations* dilakukan untuk mencapai efektivitas yaitu untuk mencapai tujuan bersama dan untuk memuaskan semua public yang terkait (Rusady Ruslan dalam Handani, 2014). Salah satunya memuaskan public yang terkait yaitu memuaskan para

pasien yang berkunjung. Kinerja *Public Relations* dapat berpengaruh terhadap public, baik internal maupun eksternal, terutama public eksternal yaitu hubungan dengan pasien. Kinerja merupakan suatu efektivitas kerja (dengan indikator kualitas kerja dan kemampuan memanfaatkan sumber daya) dan hasil kerja ( dengan indikator kecakapan dan ketelitian serta capaian atau hasil kerja dalam kegiatan aktivitas atau program yang telah dilaksanakan sebelumnya guna mencapai tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu organisasi dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu (Handani, 2014).

## **2.2 Customer Relations bidang Kesehatan**

Pasien merupakan aset yang berharga bagi setiap Rumah Sakit. Dalam instansi Rumah Sakit pihak Public eksternal lebih penting dalam menjaga hubungan dengan pasien (*Customer Relations*) agar terciptanya komunikasi dua arah yang efektif dengan pasien. Karena *Customer Relations* dapat menghasilkan keuntungan ekonomi, keuntungan reputasi dan keuntungan elemen lainnya yang dapat mempengaruhi hubungan pelanggan dari waktu ke waktu (Storbacka & Nenonen, 2009) Dalam sebuah pelayanan pasien umumnya melalui petugas *Customer Service* atau operator telepon, namun pada dasarnya *Customer Relations* adalah tanggungjawab semua karyawan yang ada pada Rumah Sakit (Marhaeni, 2010).

Tugas atau fungsi dari *Customer Relations* adalah menjaga hubungan dengan pasien. Salah satunya adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan yang positif dari *Customer Relations* akan meningkatkan apa yang diinginkan dari pasien dan akan terciptanya kepuasan pasien (Nurani & Wiyadi, 2012)

Menurut Fandy Fjiptono (2003) dalam (Yuliana, 2011) *Customer Relations* dikatakan berhasil jika sudah memenuhi lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu: (1) Fasilitas nyata/bukti fisik langsung (*tangibles*); (2) Keandalan (*reliability*); (3) Kesiagapan (*responsiveness relations*); (4) Jaminan (*assurance relations*); (5) Empati (*emphaty relations*)

## **2.3 Kepuasan Pasien**

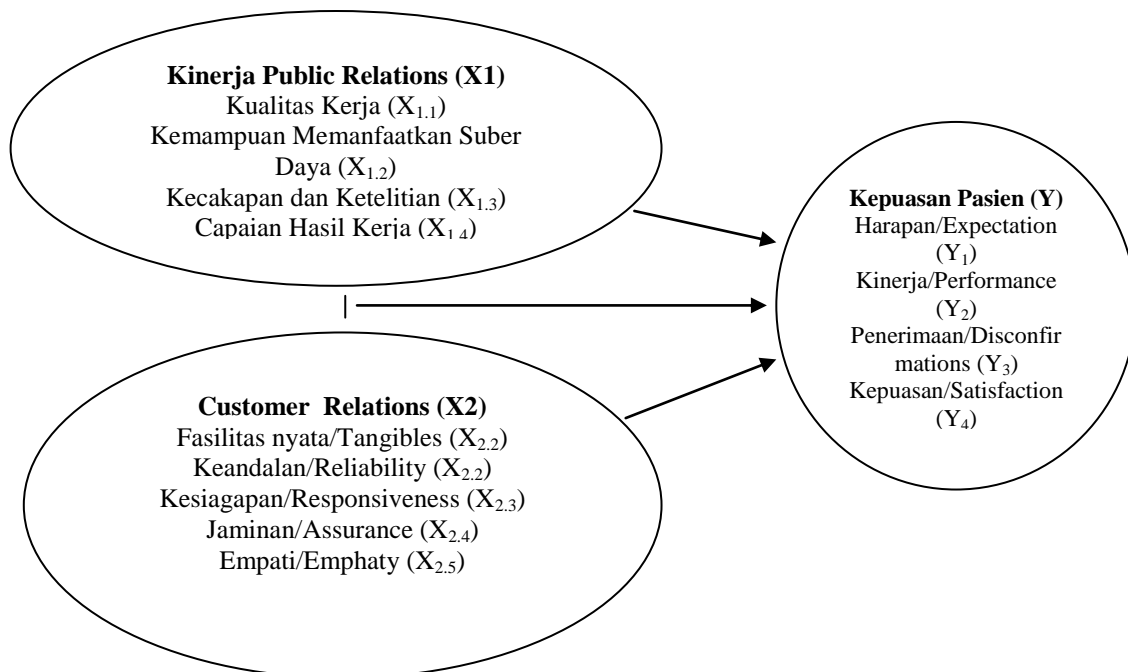
Pasien adalah orang yang paling penting dalam sebuah Rumah Sakit. Pelanggan tidak bergantung pada kita akan tetapi kita yang bergantung pada pelanggan (Irawan, 2003). Menurut Fandi Fjiptono & Anastasia Diana (2003) dalam (Yuliana, 2011) bahwa kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain : (a) hubungan antara organisasi dan

pelanggan menjadi baik dan harmonis; (b) Menjadi dasar dan baik untuk pembelian kembali; (c) dapat membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menuntungkan bagi organisasi; (d) dapat mendorong loyalitas pelanggan; (e) reputasi bagi organisasi akan menjadi baik; (f) laba yang didapatkan organisasi akan meningkat.

Kepuasan pasien ditentukan oleh persepsi pasien atas permormance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pasien. Pelanggan merasa puas apabila harapan terpenuhi atau akan sangat terpuaskan jika harapan dari pelanggan terlampaui (Irawan, 2003). Pada dasarnya semua usaha manajemen diarahkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Apapun yang dilakukan manajemen tidak ada gunanya jika kepuasan pelanggan tidak tercapai (Qomariah, 2012b). Jadi fungsi tersebut merupakan dari kesan kinerja dan harapan, jika kinerja dan pelayanan melebihi harapan maka pasien akan merasa puas namun sebaliknya jika kinerja dan pelayanan dibawah harapan maka pasien tidak akan terpuaskan. Kepuasan pasien dapat diketahui setelah mengevaluasi hasil setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya.

Untuk mengetahui apakah pasien sudah merasa puas dengan apa yang mereka harapkan maka dibutuhkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien. Menurut Caruana (2000) dalam (Qomariah, 2012a) factor faktor yang mempengaruhi kepuasan meliputi empat factor yakni : Harapan (*expectation*), Kinerja (*performance*), Penerimaan (*disconfirmation*), dan Kepuasan (*statisfaction*).

Jadi dapat dirumuskan kerangka berfikir seperti pada gambar berikut ini :



### Gambar1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori diatas dan kerangka berpikir diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut ini:

H1: Ada pengaruh kinerja *Public Relations* terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta

H2: Ada Pengaruh *Customer Relations* terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta

H3: Ada pengaruh Kinerja *Public Relations* dan *Customer relations* terhadap Kepuasan Pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Metode Penelitian dan pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dengan tipe *penelitian eksplanatif*, Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan kuesioner serta sumber data sekunder dengan referensi jurnal, website, buku dan lainnya

### 3.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi berjumlah 2.100 orang yang merupakan rata-rata pengunjung RSUD Dr.Moewardi Surakarta setiap bulannya. Pengukuran sampel menggunakan rumus slovin(Sanusi, 2011) sebagai  $n = \frac{N}{N(d)^2+1}$  dimana d merupakan standar presisi dengan nilai 0,1.

Jadi N=2100, maka  $n = \frac{N}{N(d)^2+1} = \frac{2100}{2100(0,1)^2+1} = 95$ . Jadi jumlah sampel yang diperoleh adalah 95. Dengan menggunakan teknik sampel yaitu *Purposive sampling*

### 3.3 Teknik Validitas dan Reliabilitas

#### 3.3.1 Teknik Validitas

Teknik validitas dilakukan untuk mengukur akurasi alat ukur yang digunakan. Rumus korelasi angka mentah *product moment*, yaitu:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad \text{Sumber : (Sanusi, 2011)}$$

### 3.3.2 Teknik Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

Pengujian reliabilitas dihitung menggunakan *alpha Cronbach* :

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Menentukan nilai varians total :

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Menentukan reliabilitas instrumen :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \text{sumber : (Siregar, 2013)}$$

### 3.4 Teknik Analisis Data/Uji Hipotesis

#### 3.4.1 Analisis regresi linear berganda

Variabel independen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien, sedangkan independen (X) adalah Kinerja Public Relations dan Customer Relations. Persamaan regresi menggunakan :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e \quad \text{Sumber : (Sanusi, 2011)}$$

#### 3.4.2 Uji Statistik

- a. **Uji t** (Uji Koefisien regresi secara Individual) dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$
- 2) *Level of significant* : 0,05/5%
- 3) Nilai t tabel

Dengan menggunakan olah data SPSS, diperoleh t tabel sebesar = 1,989

- 4) Kriteria Pengujian Nilai

$H_0$ : Diterima jika t hitung mempunyai nilai signifikan > level signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05

$H_a$ : Ditolak jika t hitung mempunyai nilai signifikan < level signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05

- 5) Nilai t hitung

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b - \beta}{sb} \quad \text{Sumber : (Sanusi, 2011)}$$

6) Kriteria Keputusan

Untuk mengetahui diterima atau ditolaknya  $H_0$ , maka hasil perhitungan signifikansi dibandingkan dengan level of significant = 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak

**b. Uji F**

Uji F untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$
- b. Menentukan *level of significant* = 5%/0,05
- c. Menentukan  $F_{tabel}$

Dengan menggunakan olah data SPSS, maka diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar = 3,15

- d. Menghitung nilai F

$$F_{hitung} = \frac{SSR/k}{SSE/[n-(k+1)]} \quad \text{Sumber : (Sanusi, 2011)}$$

- e. Kriteria pengujian nilai

$H_0$  diterima jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$

$H_0$  ditolak jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$

- f. Nilai F hitung

Dengan menggunakan olah data SPSS, maka diperoleh F hitung sebesar = 75,883.

- g. Kriteria Keputusan

Untuk mengetahui  $H_0$  diterima atau ditolak dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan signifikansi dengan *level of significant* = 5% (0,05). Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

**c. Uji R**

Uji R digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), biasanya berupa presentase.

$$R^2 = \frac{SSR}{SST} \text{ atau } R^2_{adjusted} = 1 - (1-R^2) \frac{n-1}{n-k} \quad \text{Sumber : (Sanusi, 2011)}$$

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan program aplikasi SPSS 17.0, semua variabel dinyatakan valid dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $r_{tabel} < 0,05$ . Hasil uji reliabilitas dengan

menggunakan aplikasi SPSS 17.0 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* >0,6. Dengan demikian semua pertanyaan instrument penelitian (angket) dinyatakan valid. Berikut ini hasil regresi linear berganda antara pengaruh kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* terhadap kepuasan pasien :

Tabel 2 ringkasan hasil analisis regresi linear berganda

Model	Unstandardized coefficients (B)	t <sub>hitung</sub>	Sig.t	keterangan
Constanta	0,957	0,741	0,460	
Kinerja Public Relations	0,309	2.967	0,004	signifikan
Customer Relations	0,507	6.853	0,000	signifikan

R<sub>square</sub> = 0,623

Ajd R<sub>square</sub> = 0,614

F<sub>hitung</sub> = 75,883

F<sub>tabel</sub> = 3,15

Sig F = 0,000

Variabel terikat : Kepuasan Pasien
------------------------------------

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil uji diatas yang diolah menggunakan SPSS 17.0 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut  $Y = 0,957\alpha + 0,309 X_1 + 0,507 X_2 + e$

#### 4.1 Pengaruh Kinerja Public Relations terhadap Kepuasan Pasien :

Hasil penelitian berdasarkan uji t diatas menunjukan variabel kinerja *Public Relations* berpengaruh terhadap kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukan ada besarnya pengaruh kinerja *Public Relations* terhadap kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Meskipun besar pengaruh yang ditimbulkan kurang maksimal yaitu hanya sebesar 62,3%. Indikator dari kinerja *Public Relations* yang paling tinggi dirasakan oleh para pelanggan RSUD Dr.Moewardi Surakarta adalah kepuasan terhadap kualitas kerja *Public Relations*, yaitu sebanyak 62,1% pelanggan RSUD Dr.Moewardi Surakarta menyatakan bahwa komunikasi *internal* maupun *eksternal* dari *Public Relations* sudah baik dan memuaskan. Sebanyak 58% pelanggan RSUD Dr.Moewardi Surakarta sudah setuju dan merasa puas dengan kecakapan public relations dalam memberikan tanggapan dan dalam memberikan penyelesaian jika terdapat komplain dari pasien.



Namun sebanyak 45% pelanggan RSUD Dr.Moewardi Surakarta menyatakan bahwa mereka belum terpuaskan dengan kinerja *Public Relations* dalam memanfaatkan sumber daya media, baik media cetak maupun online. Para pasien belum terpuaskan dengan informasi mengenai informasi yang jelas dan tentang kegiatan oleh RSUD Dr.Moewardi Surakarta yang akan maupun sedang dilaksanakan. Kepuasan yang dirasakan dari pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta terhadap kemampuan *Public Relations* dalam memanfaatkan sumber daya berdampak pada salah satu dimensi dari kepuasan pasien, yaitu pada indikator kepuasan/*satisfaction*.Serta berbeda tipis dengan indikator capaian hasil kerja, yaitu sebanyak 54% pasien merasakan bahwa capaian hasil kerja oleh *Public Relations* cukup sesuai dengan harapan oleh para pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta.

Akan tetapi meskipun ada pengaruh yang positif antara kinerja public relations terhadap kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta namun pada indikator kemampuan memanfaatkan sumber daya dan capaian hasil kerja perlu ditingkatkan karena bisa saja skor capaian hasil kerja disebabkan oleh kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan sumber daya.

#### **4.2 Customer Relations terhadap Kepuasan Pasien :**

Nilai signifikan t adalah  $0,000 < 0,05$  sehingga keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh customer relations maka semakin tinggi pula kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta.Sebanyak 55,7% pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta menyatakan sangat puas dan sesuai dengan harapan bahwa fasilitas rumah sakit sudah baik dan sudah terjaga kebersihan, kerapian, kenyamanan ruang, dan penampilan karyawannya. Sejalan dengan penelitian oleh (Nurani & Wiyadi, 2012) yang menyatakan bahwa fasilitas rumah sakit yang menunjang dan memadai menjadi bagian dari harapan oleh pasien yang sangat menentukan kepuasan pasien. Namun tidak lebih dari setengah pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta dalam menanggapi pelayanan dan keandalan dari semua jajaran customer relations bahwa pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta belum merasa puas, hanya sekitar 44,21% pasien yang sudah terpuaskan.

Dari pengaruh *Customer Relations* yang paling tinggi yang dirasakan oleh pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta adalah indikator kesiapan, dengan sebanyak 61,05% pelanggan merasakan bahwa kinerja dan kesiapan dari jajaran *Customer Relations* sudah baik dalam melayani kebutuhan pasien. Hal ini sesuai dengan penelitian Marhaeni (2010) yang menyatakan

bahwa sebagai *Customer Relations* sudah sepantasnya bahwa semua pihak rumah sakit yaitu seluruh karyawan Rumah Sakit sigap dalam memberikan yang terbaik bagi pelanggan, sehingga rasa puas bisa terjadi. Sebanyak 49,47% pasien menerima dan merasa puas dengan jaminan yang diberikan oleh pihak rumah sakit jika terjadi kesalahan penanganan. Indikator dari *Customer Relations* selanjutnya adalah empati, sebanyak 42,10% pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta menyatakan bahwa semua jajaran *Customer Relations* sudah memberikan perhatian dalam berkomunikasi dan sudah memahami keinginan yang dibutuhkan oleh pasien.

#### **4.3 Pengaruh Kinerja Public Relations dan Customer Relations terhadap Kepuasan Pasien:**

Dikarenakan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat nilai signifikansi  $< \alpha$  maka dari itu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara signifikan variabel independen yaitu kinerja Public Relations (X1) dan Customer Relations (X2) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta (Y). Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 dapat dikatakan bahwa semakin tingginya kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kinerja *Public Relations* dan *Customer Relations* maka akan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pasien.

Dalam menjaga hubungan yang baik dengan pasien maka pelayanan dari jajaran *Customer Relations* merupakan hal yang utama dan sangat diperlukan untuk mendapatkan citra yang baik bagi Rumah Sakit serta dapat menciptakan kepuasan pasien. Serta dapat meningkatkan image yang positif yang melekat dalam benak khalayak. Sebanyak 58,9% pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta puas dengan segala sarana dan prasarana yang diberikan oleh rumah sakit, baik melalui aspek medis termasuk dari sumber daya manusianya maupun non-medis yang menyangkut kebersihan, keamanan, administrasi dan lainnya. Serta pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta mampu menerima dan sudah sesuai dengan harapan (*expectation*) mereka walaupun nilai indikator kinerja (*performance*) paling rendah diantara indikator variabel (Y) yaitu sebesar 48,4 %. Sehingga kepuasan pasien RSUD Dr.Moewardi Surakarta sudah diterima oleh mereka walaupun kinerja dari *public relations* dan *customer relations* belum sepenuhnya sesuai dengan harapan.

Selain melakukan uji t dan uji f, untuk memperkuat analisis penelitian maka dilakukan pengujian determinasi ( $R_{square}$ ). Pada tabel 2 diatas menunjukkan hasil rangkuman uji R, nilai

koefisien determinasi ( $R_{\text{square}}$ ) dihasilkan sebesar 0,623 atau 62,3 %. Dengan demikian 62,3% variabel dependen yaitu kepuasan pasien (Y) sangat dipengaruhi oleh variabel independen kinerja *Public Relations* (X1) dan *Customer Relations* (X2) dan sisanya 37,7 % dipengaruhi oleh factor atau variabel lain diluar penelitian.

## 5.PENUTUP

Dari keseluruhan hasil pembahasan diatas Instrument pertanyaan dari kuesioner semuanya valid dan reliabel. Serta dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Nurul Qomariah dengan jurnalnya yang berjudul Pengukuran Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit berbasis Customer Relationship Management. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kepuasan dan loyalitas pasien terhadap Customer Relationship Management, namun sumbangan pengaruh yang diberikan oleh pengaruh kepuasan dan loyalitas pasien terbilang kecil hanya sebesar 52,9% sedangkan sisanya sebesar 47,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Tidak seperti dalam penelitian ini yang diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,623. Hal ini berarti bahwa 62,3% variabel dependen yaitu Kepuasan Pasien (Y) sangat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Kinerja Public Relations (X1) dan Customer Relations (X2) dan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian dan variabel.

Jika diurutkan berdasarkan besarnya yang dirasakan oleh kepuasan pelanggan RSUD Dr.Moewardi Surakarta terhadap kinerja public relations dan customer relations, indikator kemampuan memanfaatkan sumber daya dalam variabel kinerja public relations (X1) menempati urutan terakhir. Sedangkan untuk variabel Customer Relations (X2) indikator yang menempati urutan terakhir yaitu keandalan dan pelayanan dari semua jajaran customer Relations dalam menanggapi pelanggan RSUD Dr.Moewardi Surakarta. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Pengukuran Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit berbasis Customer Relationship Management yang menyatakan bahwa indikator *customer relations* paling rendah dipengaruhi oleh proses pelayanan kesehatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Handbook Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Handani, A. T. W. (2014). *Pengaruh Kinerja Public Relations dan Customer Relations Management terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Surakarta "YARSIS."* Jogjakarta.

- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Cetakan ke). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- James, S., & Lavanya, L. (2013). Students Corner Influence of Public Relations of the Customer Loyalty with Special Reference to the E-Commerce Portal. *Multidisciplinari Research*, vol.5 no.2, 87–102.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (pertama). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Marhaeni, D. P. (2010). Peran Customer Relations dalam Membangun Citra Positif Pada Rumah Sakit Umum Daerah Banyumas. *Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNSOED*, 6, 1–9.
- Moezzi, H., Nawaser, K., Shakhshian, F., & Khani, D. (2012). Customer relationship management ( e-CRM ): New approach to customer ' s satisfaction, 6(5), 2048–2055. <http://doi.org/10.5897/AJBM11.1736>
- Nurani, T., & Wiyadi. (2012). Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Jasa Rawat Inap di RSUD Dr.Moewardi. *Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 13, 53–64.
- Putranto, H. (2003). *PUBLIC RELATIONS DAN CITRA PERUSAHAAN. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta*. Universitas Sebelas Maret.
- Qomariah, N. (2012a). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan(Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur). *Aplikasi Manajemen*, 101 nomor, 177–187.
- Qomariah, N. (2012b). Pengukuran Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Berbasis Customer Relationship Management. *Managemen Universitas Muhammadiyah Jember*, 239–250.
- Quinn, D., & Allan. (2010). Public relations, education, and social media: issues for professionalism in the digital age Deirdre. *Asia Pasific Public Relations Journal*, 11(1), 41–55.
- Rittenhofer, I., & Valentini, C. (2014). A “ practice turn ” for global public relations : an alternative approach. *Departement of Business Communication*, 2–19. <http://doi.org/10.1108/JCOM-11-2013-0084>
- Rumah-sakit.findthebest.co.id/. (n.d.). RSUD Dr.Moewardi Surakarta.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Storbacka, K., & Nenonen, S. (2009). Customer relationships and the heterogeneity of firm performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 24(5/6), 360–372. <http://doi.org/10.1108/08858620910966246>
- Supriyanto, & Ernawati. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tanushri, M., & Aibas, N. (2015). Health Services and Public Relatins in India: An Overview. *Global Journal for Research Analysis*, 4(6), 410–412.
- Uno, H. b, & Lamatenggo, N. (2012). *Teori Kinerja dan Pengukurannya*. (R. Damayanti & F. Hutari, Eds.) (Cetakan pe). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Yuliana, R. (2011). Customer Relations dan Kepuasan Pelanggan (Studi Tentang Pelayanan Customer Relations Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TELKOMDrive Surakarta). *Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta*.